

INTISARI
METODE DATA MINING UNTUK MENGETAHUI TINGKAT KESETIAAN
KONSUMEN TERHADAP MEREK KENDARAAN BERMOTOR (BRAND
LOYALTY) DAN POLA KECELAKAAN LALU LINTAS DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA

Oleh

Agus Sasmito Prabowo
08/275129/PPA/02645

Data penjualan kendaraan bermotor dan data kecelakaan dapat diolah menjadi informasi yang penting bagi dealer penjual kendaraan bermotor maupun bagi kepolisian. Bentuk informasi penting yang diteliti adalah tingkat kesetiaan konsumen terhadap merek dan memprediksi merek kendaraan bermotor yang akan dibeli oleh seorang konsumen. Penelitian juga melakukan analisa terhadap data kecelakaan untuk meneliti adakah keterkaitan antara terjadinya suatu kecelakaan dengan merek kendaraan tertentu.

Penelitian menerapkan metode *data mining rule based classification* untuk membentuk rule-rule penjualan kendaraan bermotor sehingga dapat dipakai untuk mengklasifikasikan konsumen ke dalam kelompok tingkatan loyalitas merek dan dapat dipakai juga untuk memperkirakan merek kendaraan berikutnya yang akan dibeli. Penelitian akan memproses data kecelakaan lalu lintas menggunakan metode *data mining* yaitu teknik *apriori* untuk melihat pola kecelakaan berdasarkan merek, jenis kendaraan, dan warna kendaraan. Hasil proses ini digunakan untuk memperkirakan apakah ada keterkaitan antara kejadian kecelakaan dengan merek tertentu.

Hasil penelitian dapat membantu perusahaan atau dealer kendaraan bermotor untuk mendapatkan informasi *brand loyalty* konsumen terhadap merek kendaraan yang dijualnya dan membantu memprediksi merek kendaraan berikutnya yang akan dibeli seorang konsumen. Hasil penelitian juga dapat membantu kepolisian untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara kejadian kecelakaan dengan merek, jenis dan warna kendaraan.

Kata kunci : *rule basec classification, apriori, brand loyalty*, kecelakaan